

СОВРЕМЕННЫЕ МЕТОДИКИ ПЛАНИРОВАНИЯ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОГРАММЫ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ

Я.И. Добринiec, магистрант

Научный руководитель – Р.Н. Грабар, старший преподаватель

Полесский государственный университет

Основным показателем, характеризующим деятельность любого промышленного предприятия, является объём выпуска продукции, который определяет масштаб организации и ее конкурентоспособность в отрасли. Объём производства, его качественные характеристики и ассортимент играют важную роль в планировании предприятия. Планирование представляет собой процесс научной разработки и претворения в жизнь комплекса мероприятий, определяющих направления и темпы развития предприятия, обеспечивающих соответствие производства потребностям рынка [1, с. 257].

Для осуществления на практике эффективного планирования необходимо владеть теоретическими основами современных методик планирования. В данной статье проведен обзор современных методик планирования производственной программы.

Процесс планирования включает в себя несколько этапов: разработку общих целей; определение конкретных, детализированных целей на заданный период; определение путей и средств их достижения; контроль за достижением поставленных целей путем сопоставления плановых показателей с фактическими и корректировку целей.

По форме проявления и содержанию различают следующие виды и формы планирования: с точки зрения обязательности плановых заданий – директивное и индикативное планирование; в зависимости от срока, на который составляется план, и степени детализации плановых расчетов – долгосрочное (перспективное), среднесрочное и краткосрочное (текущее) планирование; по содержанию плановых решений – стратегическое, тактическое, оперативно-календарное и бизнес-планирование.

Система планирования включает следующие элементы: плановый персонал, сформированный в организационную структуру; механизм планирования (средства и методы, с помощью которых принимаются и реализуются плановые решения); процесс обоснования, принятия и реализации плановых решений; средства, которые обеспечивают процесс планирования; средства, которые обеспечивают развитие планирования.

По форме проявления и содержанию различают следующие виды и формы планирования:

- а) с точки зрения обязательности плановых заданий – директивное и индикативное;
- б) в зависимости от срока, на который составляется план, и степени детализации плановых расчетов – долгосрочное (перспективное), среднесрочное и краткосрочное (текущее);
- в) по содержанию плановых решений – стратегическое, тактическое, оперативно-календарное и бизнес-планирование [2, с. 19].

Производственная программа, являясь важнейшим разделом тактического плана, определяет необходимый объем производства продукции в плановом периоде, соответствующий по номенклатуре, ассортименту и качеству требованиям плана продаж [3, с. 336].

Производственная программа на промышленных предприятиях формируется на основе заказов потребителей; государственного заказа; потребительского спроса, выявленного в процессе изучения рынка; проекта плана поставки продукции потребителям; наличия производственных мощностей по выпуску каждого вида продукции; возможностей приобретения материальных ресурсов; учета состояния технической и технологической базы; наличия кадрового потенциала [4, с. 64].

Современными методиками планирования производственной программы являются следующие:

1) Методы планирования, основанные на эффективном использовании производственных ресурсов предприятия. К ним относят балансовый, нормативный, системно-аналитический, сетевой, программно-целевой, экономико-математический, инженерно-экономический. Также к ним можно отнести цепной и комплексный методы составления производственной программы. Цепной метод разработки производственной программы используется в специализированном производстве и предполагает планирование программы выпуска продукции: обратного хода технологического процесса, то есть от участка готовой продукции к участку подготовки сырья (что дает возможность обосновать задание сырьевыми ресурсами и определить возможную выработку продукции из сопутствующего сырья); в направлении протекания технологического процесса, т.е. от объема и состава сырья к участку готовой продукции. Комплексный метод разработки производственной программы применяется в комбинированном производстве, включающем многономенклатурный выпуск продукции из основного сырья. Данный метод основан на планировании программы выпуска одновременно всего перечня продукции, с учетом спроса, имеющегося сырья и компонентных материалов, мощности и обеспеченности кадрами.

2) Методы, основанные на маркетинговом подходе. К таким следует отнести АВС и БКГ-анализ. Матрица БКГ позволяет планировать сбалансированный портфель товаров и услуг. В идеале он должен состоять из группы товаров, которые способны давать свободные денежные средства, и из группы товаров в фазе введения на рынок и (или) роста, которые способны обеспечить долгосрочные интересы фирмы. При этом финансирование второй группы осуществляется из средств, полученных от первой группы. Целью АВС-анализа является выявление направления ассортиментной политики. При анализе товарной политики предприятия в продукции фирмы выделяются блоки А, В, С, соответствующие определенным ассортиментным позициям. После того как выявлены подобные ассортиментные блоки, производитель проводит политику сокращения блока С, чтобы уменьшить малопроизводительные затраты и диверсифицировать блок А, уменьшая тем самым опасность оказаться в зависимости от результатов продвижения одного-двух товаров.

Каждый метод имеет свой инструментарий и требования к планируемому результату. Эти требования лежат в основе применения различных методов в процессе планирования производственно-хозяйственной деятельности. Выбор оптимальной производственной программы в первую очередь должен основываться на знании уровня спроса на конкретные виды товаров и услуг. Поэтому организация планирования производственной программы должна быть ориентирована на ведущую роль маркетинговых служб. Началом планирования объемов производства и ассортиментного состава производимой продукции должно быть изучение спроса на продукцию, мониторинг поведения покупателей и конкурентов. Именно маркетинговые исследования, положенные в основу плана производства, позволяют сформировать оптимальную производственную программу.

Особенно важно применять такой подход на предприятиях, производящих продукцию для конечного потребителя. Изучение практики планирования на предприятиях пищевой промышленности в последние годы показывает, что большинство из них ориентированы на такой подход к планированию производственной программы, что позволяет им работать более эффективно и обеспечить себе стабильный сбыт продукции.

Методы планирования на предприятии в рыночных условиях должны соответствовать требованиям рыночной экономики. Поэтому традиционные методы планирования должны быть подвергнуты определенной ревизии и при необходимости может быть разработан новый методический и модельный аппарат. Функционирование промышленных предприятий обуславливает необходимость реализации принципиально нового подхода к решению задач в системах стратегического, прогнозного и внутрифирменного планирования производства и реализации готовой продукции. Эта новизна заключается в необходимости обеспечения тесной взаимной их деятельности, применения адекватных систем оценочных экономических и финансовых показателей, использования

современных подходов к решению оптимизационных плановых, управленческих, коммерческих, финансовых и инвестиционных задач, а также в обосновании их экономической эффективности.

Список использованных источников

1. Экономика организации (предприятия) : учеб. пособие / Л.Н. Нехорошева [и др.]; под ред. Л.Н. Нехорошевой. – Минск: БГЭУ, 2014 – 573 с.
2. Стрекалова Н.Д. Бизнес-планирование: Учебное пособие – СПб.: Питер, 2013. – 352 с.: ил. – (Серия «Учебное пособие»).
3. Планирование на предприятии: учебник / А.И. Ильин. – Мн.: Новое издание, 2001. – 2-е изд., перераб. – 635 с. – (Экономическое образование).
4. Афитов, Э.А. Планирование на предприятии: учеб. пособие / Э.А. Афитов. – 2-е изд., перераб. и доп. – Мн.: Выш. шк., 2005. – 302 с.